

окончанию производственно-сбытового мероприятия или когда требуется определить результативность функционирования предприятия по окончанию определенного периода (квартала, года). В первых двух случаях расчет производится по планируемым или предполагаемым показателям, в последнем случае - по фактическим.

МАЦУКА В.М.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Маріупольського державного університету

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Міжнародний туризм на даному етапі розвитку світового господарства виступає одним з перспективних напрямків розвитку міжнародних економічних відносин, а в умовах реформування економіки України підвищення ефективності функціонування цієї галузі набуває особливої актуальності, беручи до уваги її вплив на прибутковість і розвиток різних сфер суспільного виробництва, вирішення широкого спектру соціально-економічних проблем країни. Все це визначає актуальність дослідження міжнародного туризму, як специфічного і унікального соціально-економічного явища.

Крім того, в умовах глобалізації міжнародних господарських процесів актуалізуються проблеми узгодження економічних інтересів суб'єктів господарювання із забезпеченням належного рівня добробуту населення і екологічної рівноваги країн і регіонів. У контексті глобальних детермінант та імперативів постійного розвитку існує необхідність оновлення та удосконалення теоретико-методологічної бази досліджень міжнародного туризму, зокрема, акцентуації уваги на фінансово-економічних та соціокультурних аспектах його функціонування.

Тому в нашому дослідженні ми будемо розглядати міжнародний туризм як багатофакторне явище, але й одночасно приділяти йому увагу як одному з форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Адже міжнародний туризм розвивається в умовах динамічного середовища, як і всяка інша зовнішньоекономічна діяльність. У той же час ми отримуємо можливість досліджувати міжнародний туризм як процес глобалізації.

Операції міжнародного туризму являють собою вид діяльності, спрямованої на надання різного виду туристичних послуг і товарів туристичного попиту з метою сприяння задоволенню широкого кола культурних і духовних потреб іноземного туриста.

Міжнародний туризм включає в себе осіб, які виїжджають за кордон і не займаються там оплачуваною діяльністю.

Туризм спочатку розглядався як подорож. Термін «туризм» в перекладі з французької означає «прогулянка», «поїздка». Тим не менш, з розвитком економіки, коли потреба в подорожах різко зростає, з'явилися виробники послуг для таких подорожей, туризм став товаром. Як товар туризм реалізується у формі послуг (матеріальних і нематеріальних).

Виникнення туризму як товару вимагало розвитку відповідної матеріально-технічної бази, наявності кваліфікованих кадрів по обслуговуванню туристів, цілеспрямованого і якісного управління туристичними господарськими суб'єктами.

У сучасних умовах туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства, форм зовнішньоекономічної діяльності. Поступове зростання рівня культури та освіти населення, збільшення доходів, тривалості відпусток та вільного часу, розвиток інформаційних технологій, сучасних засобів транспорту та зв'язку суттєво впливає на щорічне зростання кількості міжнародних туристичних подорожей, пов'язаних з професійно-діловими, культурно-пізнавальними, лікувально-оздоровчими, релігійними та іншими цілями. До початку 3 тисячоліття туризм зайняв лідируюче місце в міжнародних зовнішньоекономічних зв'язках, став чинити серйозний вплив на розвиток економіки окремих країн і світового господарства в цілому, зріс його вплив на формування валового внутрішнього продукту (ВВП). В даний час туризм є потужною світовою індустрією, що займає до 10% світового валового продукту, де задіяні величезні маси службовців, основні засоби виробництва, великі капітали. Можна сказати, що туризм - це і серйозна політика глобального рівня.

Хоча природні катаклізми, терористичні акти, революційні протести, військові конфлікти, які сталися в різних країнах світу за останнє десятиліття, дещо уповільнили темпи зростання кількісних показників, туризм і надалі розвивається надзвичайно динамічно. Беззаперечним визначається той факт, що в багатьох державах індустрія туризму вже давно сформувалася та стабільно нарощує обсяги виробництва.

Туризм як товар реалізується у формі послуг, які виражаються в корисному ефекті, що задовольняє ту чи іншу потребу в момент свого виявлення. При цьому послуга може бути надана або матеріально, або в процесі дії живої роботи. Згідно двом зазначеним способам виробництва послуг розрізняють два види самих послуг.

Перший вид - це такі послуги, які опосередковуються речовинно, тобто матеріальні послуги. Наприклад, послуги з виробництва продуктів харчування для туристів.

Другий вид - це послуги, дія яких направлена на живу людину або оточуючі її умови, тобто нематеріальні. До них відносяться послуги з реалізації туристичних путівок, обслуговування туристів в готелі, організації театральних вистав та ін.

Туристичні послуги, запропоновані в ролі товару на світовому ринку, різноманітні. До них відносяться послуги:

- з розміщення туристів (у готелях, мотелях, пансіонатах, кемпінгах, боатінгах);
- по переміщенню туристів до країни призначення і по країні різними видами пасажирського транспорту;
- по забезпеченню туристів харчуванням (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, пансіонатах);
- спрямовані на задоволення культурних потреб туристів (відвідування театрів, музеїв, природних та історичних заповідників, фестивалів та ін.);
- спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь в конгресах, симпозиумах, наукових конференціях, ярмарках і виставках);
- послуги торгових підприємств (продаж сувенірів, подарунків, листівок тощо);
- з оформлення документації (паспорта, візи та ін.).

З позиції розвитку видів міжнародного туризму в ХХІ ст. можна простежити кілька основних тенденцій: новий розвиток традиційних форм туризму, застосування високих технологій в туризмі, зміна переваг туристів при виборі напрямку.

Очікуються великі зміни в попиті на багатьох провідних ринках - постачальниках туристів. Економічна слабкість нових політичних структур у Східній Європі є реальною перешкодою для залучення населення цих країн в закордонний туризм. Обсяг туризму між країнами Західної та Східної Європи зростатиме переважно у напрямку зі сходу на захід.

У міжнародному туризмі особливе поширення набули такі методи сегментації ринку: географічний (визначають країни чи регіони походження туристів), соціодемографічний, (вік, стать, сімейний стан, освіта і доходи туристів), психографічний, (спосіб життя туристів, їх діяльність, інтереси та думки) Розрізняють такі види туризму: етнічний, історичний, екологічний, рекреаційний туризм та ін.

Також міжнародний туризм має кілька особливостей: оформлення виїзних документів, обмеження на обмін валюти, обкладання туристів податками, зборами, митом при виїзді і в'їзді, ін.

Як ми переконалися, міжнародний туризм активно розвивається як перспективний міжнародний бізнес, що виділяє його як один з видів зовнішньоекономічної діяльності. Він вдається до основних комерційних операцій міжнародної торгівлі (угоди купівлі-продажу послуг), він же вимагає від компаній, у тому числі транснаціональних особливої стратегії управління.

Міжнародний туризм є похідною від сукупності господарських заходів, що складають практику зовнішньоекономічної діяльності туристських фірм.

Загалом, ми вже розглянули особливості зовнішньоекономічної діяльності підприємств у сфері міжнародного туризму, залишається відкритим тільки питання більш детального розгляду перспектив роботи вітчизняних туристичних компаній.

Аналіз стану українського ринку туристичних послуг свідчить про те, що вітчизняний туризм розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через ряд негативних факторів, до яких належать: нерозробленість нормативно-правової бази, недостатній розвиток туристичної інфраструктури, економічна та політична нестабільність у країні, обмеженість асортименту пропонованих послуг, відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації, недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном та ін.

Вирішення цих проблем криється в ряді законодавчих, соціально-економічних заходах. У першу чергу туристичним підприємствам України необхідно розробляти методіку оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Її складовими можуть стати розрахунок тривалості перебування іноземних туристів, середньої тривалості, аналіз обсягу туристського потоку шляхом визначення частки числа туристів, що виїжджають з конкретної країни або регіону, розрахунок експортного та імпортного доходів організації, а також похідних від них показників.

Керівництво країни на вищому рівні і представники туристичного бізнесу України зараз всіма силами намагаються створити привабливі умови для розвитку туризму в нашій країні. Намічені основні напрямки розвитку галузі, що спираються в основному на міжнародний досвід.

Можна виділити вісім основних факторів розвитку міжнародного туризму: природне середовище, економіку, науково-технічний прогрес (інновації), демографію, урбанізацію, інформацію та культуру. Україна володіє багатим природно-культурним потенціалом, і могла б зайняти чільне місце серед країн, що надають послуги міжнародного туризму.

В цілому вже зараз можна говорити про позитивні тенденції. Але обсяг змін, яких потребує туризм в Україні, не може бути реалізований в короткі терміни. Існує велика кількість «підводних каменів», що перешкоджають нормальному ходу реформ. Тому на сьогоднішній день особливо актуальний розвиток на підставі світового досвіду методик ефективної організації, контролю та прогнозування зовнішньоекономічної діяльності в міжнародному туристичному бізнесі.